Kundenwünsche – heute, morgen, übermorgen

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

20/03/2019 Porsche Consulting nennt Erfolgsfaktoren für Customer Centricity.

Egal ob Dienstleistung oder Produkt – wenn Anbieter ihre Kunden halten und neue hinzugewinnen wollen, müssen sie jetzt schneller und flexibler denn je sein. Klassische Geschäfts- und Vertriebsmodelle verschwinden. Wer kauft heute noch CDs? Wer geht ins Kaufhaus, wenn er Schuhe braucht? Wer schaut ausschließlich lineares Fernsehen, leiht Videofilme aus oder bucht seinen Urlaub im Reisebüro? Kundenzentrierte Geschäftsmodelle verändern ganze Märkte in atemberaubender Geschwindigkeit, Unternehmen müssen sich anpassen. Porsche Consulting beschreibt im neuen Whitepaper den Schlüssel zum Erfolg im disruptiven Wettbewerb: „Customer Centricity". Die Porsche-Berater haben acht Erfolgsfaktoren identifiziert, die dazu beitragen, dass Unternehmen Transformation schaffen und ihr Geschäftsmodell vollständig auf den Kunden ausrichten. Das Positionspapier zeigt, wie Unternehmen vorgehen müssen, um auch in Zukunft im Wettbewerb zu bestehen.

Dieser Beitrag wurde vor dem Start des Porsche Newsroom Schweiz in Deutschland erstellt. Die genannten Verbrauchs- und Emissionsangaben richten sich daher nach dem Prüfverfahren NEFZ und wurden unverändert übernommen. Alle in der Schweiz gültigen Angaben nach WLTP-Messzyklus sind unter www.porsche.ch verfügbar.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2019/unternehmen/porsche-consulting-whitepaper-erfolgsfaktoren-customer-centricity-17273.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/f3b8193f-e3c5-4baa-94bb-5fb25f701692.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart